

СУПу дали обет молчания

«Один день без постов. Один день без комментариев».

Если Суп не считает базовых пользователей чем-то ценным, то это удачная возможность показать, в чем же их ценность — в контенте, который они производят каждый день, продвигая и развивая таким образом Живой Журнал. Вы скажете, это ничего не изменит. Но, как говорил Патрик Рэндел Макмерфи: «Я-то хоть попробовал».

И 21 марта в Живом Журнале объявили Днем тишины.

Поводом выяснить, кто для кого существует — пользователи для блогов или блоги для пользователей, стало небольшое информационное сообщение, которое появилось 13 марта в разделе наиболее часто задаваемых вопросов.

В нем говорилось, что все аккаунты (учетные записи с персональной информацией), зарегистрированные после 12 марта, отныне могут быть только улучшенного типа или платные. «Базовые» аккаунты отменены.

«Базовый» — самый первый тип аккаунтов, появившийся вместе с самим Живым Журналом. Пользователь ничего не платит за пользование сервисом, а в его блоге не размещается реклама. Впрочем, первые пользователи livejournal вопросом о рекламе вообще не задавались.

Напомню, американский программист Брэд Фитцпатрик создал платформу ЖЖ в 1999 году, чтобы общаться со своими друзьями, жившими в разных городах. Для регистрации нужен был специальный код, который мог дать только зарегистрированный пользователь. Сайт быстро набирал популярность. В 2003 году, когда число зарегистрированных пользователей достигло 1 миллиона, отменили приглашительные коды — теперь завести жж мог любой желающий. Тогда же началась масштабная рекламная кампания. Не заработать на том, что само идет в руки, — было бы слишком не по-американски. В 2005-м Брэд продал свою компанию, которая занималась ЖЖ, за неразглашаемую сумму, превышающую миллион долларов, американской компании Six Apart. В 2006-м бывший издатель «Афиши» Эндру Полсон и российский бизнесмен Александр Мамут основали компанию «Суп», которая выкупила право на обслуживание русскоязычного сегмента ЖЖ. Проще говоря, СУП занимался рекламными проектами в ЖЖ. А в 2007-м СУП выкупил ЖЖ полностью.

Эта новость еще тогда заставила многих блоггеров перейти на иные блого-сервисы. Одна из причин: главная идея компании СУП — из виртуального интернета получать вполне реальные деньги (см. интервью руководителя службы блогов компании СУП Антона Носика «Новой» от 26.02.07). И СУП последовательно гнет свою линию. Сначала, два года назад, появились улучшенные аккаунты. В отличие от базового, он дает право использовать больше дополнительных возможностей сервиса (к примеру, использовать больше картинок, устраивать опросы и т.п.), однако взамен на персональной странице пользователя демонстрируются рекламные баннеры. Есть еще третий вид аккаунтов — платные. За 25 долларов в год опять сервис предоставляет больше возможностей и не показывает рекламу. (Но с точки зрения рекламы платные пользователи тоже ужасно невыгодны: так что стоит ожидать, что вскоре возьмутся и за них.)

И теперь все зарегистрированные после 12 марта пользователи могут получить лишь улучшенный аккаунт — ЖЖ завязывает с «халявой» и становится полностью коммерческим сервисом.

Первыми начали волноваться пользователи в США, где располагается сервис Живого Журнала. Основатель ЖЖ Брэд Фитцпатрик в своем личном блоге высказался резко против отмены базовых аккаунтов: «Идея идиотская, я был категорически против. Платных юзеров было достаточно, чтобы продолжать разработку, а вклад бесплатных ценен ничуть не меньше — они создавали контент, который делал сервис привлекательным».

В службу поддержки посыпался шквал возмущенных откликов. Джейсон Шеллен, директор по развитию компании СУП, пытался пояснить, что это сделано для удобства пользователей, чем вызвал еще большее возмущение. В итоге служба поддержки англоязычного сервиса ЖЖ извинилась перед англоязычными

пользователями за то, что вовремя не уведомила об изменениях. Русскоязычная служба отделалась информационным сообщением.

Однако, несмотря на извинения, американские пользователи возмущены. ЖЖ-юзер из Миссури *beckyzoole* первой предложила идею провести день тишины — в течение суток не пользоваться сервисом ЖЖ, чтобы наглядно продемонстрировать, что такое онлайн-сообщество и кто, собственно, составляет его суть.

В России первой акцию поддержала питерская журналистка, известная в жж тысящица (более 5 тысяч «френдов») *corpuscita*. «Доводы американских юзеров просты и логичны, — пишет *corpuscita* в своем блоге, — сообщество изначально было бесплатным, а платили по желанию и из хорошего отношения к создателю, сервисы, за которые хотят денег, не стоят того. Никому не нужно сто тыщ юзерпиков, без голосовалок можно легко прожить, как можно прожить без прочего ненужного мусора. Супниками движет только Алчность и Тупость<...> Эта жадность не обоснована ничем. На довод «Халявы захотели?» я отвечу — только дурак ее не хочет. И я не против платить Брэду или кому-то, кто вызывает у меня симпатию, но только не ораве дебилов. Я не хочу своим мелким долларом спонсировать разъезды Носика, дорогой офис в центре Москвы и «аккумуляторов контента» с зарплатами по три штуки баксов, которых наняли непонятно зачем, а теперь не знают, чем занять<...>И хватит говорить, что бесплатный сыр только в мышеловке. При Фитцпатрике и сыр был, и он сам зарабатывал свой миллион. Шантаж — или плати за аккаунт, или обвесим рекламой — не самая лучшая форма коммерции».

И в русскоязычном сегменте акция стала масштабной. К ней присоединились многие известные жж-пользователи и просто известные люди, ведущие блоги.

«И смешно то, что как только небольшая группа российских граждан превратилась в администрацию некоего виртуального народа, ЖЖ-сообщества, — она тут же немедленно применила к управлению именно российскую модель власти, отменив предыдущую, противоположную ей, американскую, которая была устроена так, чтобы удобно было всем.

Ну и чем, скажите, поведение СУПа отличается от поведения кремлевской администрации. И те и другие делают то, что считают нужным, ни тех, ни других наше мнение при этом не интересует», — пишет в своем блоге известная певица Ирина Богусhevская (в жж *bogushevich*).

Дизайнер Артемий Лебедев (в жж *tema*), хоть и считает акцию бредовой, однако во многом согласен с протестующими: «В Супе не понимают простой вещи — ЖЖ принадлежит Супу не больше, чем Москва — Лужкову. Все люди сидят в ЖЖ не из-за Супа и не для Супа. А потому что это сообщество. Живое сообщество всегда перерастает функциональные и административные рамки. Значит, лучшее, что можно сделать в такой ситуации — стремиться помогать сообществу и заодно зарабатывать на рекламе, если получится. Чем больше ответственности за развитие любого проекта вешается на менеджеров, а не на людей, которые сами пользуются продуктом и думают, тем хуже становится проект».

«Про себя скажу — жж часть моей жизни, довольно немелкая и оттого все-таки хотелось бы иметь возможность влиять на нее. Вот и решил поддержать.

Надо дать понять СУПу, что жж состоит в основном из простых юзеров. Пусть у них в графике останется шрам-напоминалка о тех, кто сервисом пользуется», — пишет создатель Масяни, художник Олег Куваев (в жж *samoleg*).

P.S. Как прошла первая забастовка онлайн-сообщества, мы расскажем в ближайших номерах. А посетителей нашего форума просим подумать вот над чем. Не кажется ли вам, что этот скандал вообще-то воспроизвел весьма стандартный конфликт интересов: кто первичней — народ или менеджеры (будь то менеджеры частных компаний или государства)? Только перед сетевым сообществом он впервые обозначился столь зримо, заставив выйти из онлайн на виртуальные улицы и площади.

Комментарий

Мы не могли не поинтересоваться мнением другой стороны — компании СУП.

«Я сам в Живом Журнале с 2001 года, — сказал «Новой» Антон Носик (в жж *dolboeb*). — И как блоггер участвовавший в акциях по покупке его серверов, могу вам сказать, что в акции такой не участвую и не вижу ни одной причины делать этого. Как представитель компании СУП я эту акцию не комментирую.

Сможет ли бойкот повлиять на решение об отмене базовых аккаунтов? Такого решения не существует. Ни

один базовый аккаунт, ничей и никогда, не был уничтожен. Ни в одном блоге, в котором нет сейчас рекламы, будь он базовый или платный, рекламы в рамках существующих решений не появится. Речь вообще не идет ни об одном существующем аккаунте, а их больше 14 миллионов. То решение, которое было принято, касается вновь создаваемых после 12 марта аккаунтов, а не тех, которые вы видите сейчас в ЖЖ. Так что лично я не вижу причин для паники».

Александра Кондрашева
Надежда Прусенкова

Автор: Артур Скальский © Новая газета ИНТЕРНЕТ, РОССИЯ 👁 1789 20.03.2008, 19:22 📌 154
URL: <https://babr24.com/?ADE=44264> Bytes: 8547 / 8515 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

Прислать свою новость

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)